

VPLIV ŠOLE IN OKOLJA NA ODNOS ODRASLIH SREDNJEŠOLCEV DO PODJETNIŠTVA

Jaka Vadnjal,
Dejan Jelovac,
Gea College,
Janez Damjan,
Sartes d. o. o.

POVZETEK

Članek proučuje odnos do podjetništva med slovenskimi odraslimi srednješolci. V ta namen je bilo anketiranih dva tisoč dijakov četrtil letnikov ekonomskih gimnazij in srednjih šol ekonomske usmeritve oziroma več kot četrtnina tega dela populacije. Poleg njih smo v raziskavo zajeli še 1.150 dijakov na 25 drugih šolah, kjer v predmetnikih ni poslovnih predmetov ali podjetništva. Med znanstvenimi cilji je predvsem ugotavljanje vplivov socialnih in psiholoških dejavnikov na odnos dijakov do podjetništva. Glavni raziskovalni inštrument je bila pisna anketa, ki je vsebovala lestvice stališč, ocene lastnosti, interesov in drugih dejavnikov, ki vplivajo na podjetniško obnašanje, ter sociodemografska vprašanja. Ključna ugotovitev raziskave je, da se je skoraj polovica dijakov opredelila za to, da jih zanima podjetniška kariera. Priporočila, ki izhajajo iz ugotovitev, so predvsem namenjena snovalcem učnih programov v srednjih šolah in načrtovalcem programov spodbujanja podjetništva.

Ključne besede: podjetnik, podjetništvo, izobraževanje, srednja šola, vpliv okolice, starši, učitelji, podjetniške značilnosti

INFLUENCE OF SCHOOL AND ENVIRONMENT ON ATTITUDES OF HIGH-SCHOOL STUDENTS TOWARDS ENTREPRENEURSHIP – ABSTRACT

The article explores Slovene adult high-school students' attitudes towards entrepreneurship. For the purpose of the study, two thousands students were surveyed, with samples taken from business-oriented high schools. The sample represents more than one quarter of the whole population. An additional 1150 students were included from schools which have no business or entrepreneurship courses in their curricula. The primary scientific goal of the research study was identification of sociological and psychological factors influencing students' attitudes towards entrepreneurship. The main research instrument was a questionnaire, investigating attitudes, opinions, characteristics, interests and other factors influencing entrepreneurial behaviour. The key finding of the study is that almost half of the population has expressed an interest in pursuing the entrepreneurial career. The recommendations deriving from the study are intended primarily for high-school curricula planners and people designing programs in support of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, education, high school, environment influence, parents, teachers, entrepreneurial characteristics

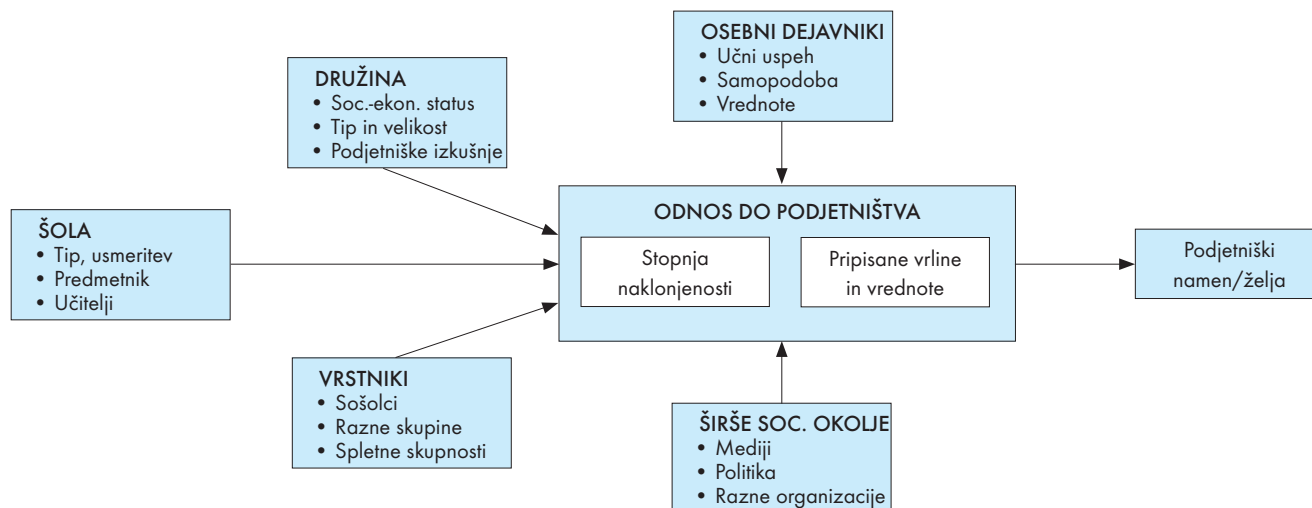
Gospodarski razvoj je osrednja komponenta celostnega razvoja neke družbe in tisti element, ki prek ustvarjene dodane vrednosti in družbeno dogovorjenega prerasporejanja dohodka financira tudi druge komponente razvoja, ki tradicionalno niso podvržene tržnemu preverjanju. Prav podjetništvo v duhu Webrove protestantske etike (Weber in Parsons, 2003) in nove tihe revolucije po industrijski revoluciji (Timmons in Spinelli, 2003) je lahko ustrezen odgovor na dilemo o vlogi posameznika v družbeno-ekonomskem razvoju v prihodnosti, kjer »podjetništvo ni več vprašanje, ampak je odgovor« (Stevenson, 2000). V Sloveniji se je odnos do podjetništva na vseh ravneh v za-

dnjem desetletju bistveno izboljšal. Kljub temu ostajajo naloge spodbujanja podjetništva in kakovostnega izobraževanja za podjetništvo zelo pomembne za našo družbo in predvsem za njeno gospodarstvo. Poleg izobraževalne dejavnosti se na tem področju krepi tudi raziskovalna dejavnost, pri čemer aktivno sodelujejo tudi srednje šole kot nosilci izobraževanja v najbolj ključnem obdobju za poklicno odločanje med odraščajočimi mladimi.

NAMEN RAZISKAVE

Namen raziskovalnega projekta je opredeliti odnos do podjetništva med odraslo srednješol-

AS 1/2010

Slika 1: Raziskovalni model

Vir: Vadjal in sodelavci, 2009.

ska mladino in preveriti uspešnost obstoječih oblik poučevanja in spodbujanja podjetnosti in inovativnosti ter posledično tudi poklicne oziroma karijerne usmeritve. Med znanstvenimi cilji raziskave postavljamo v ospredje ugotavljanje vplivov socialnih in psiholoških dejavnikov na odnos odraslih dijakov do podjetništva. Med ključnimi cilji projekta je tudi pridobitev strokovnih podlag za odločanje o prenovi programov oziroma predmetnikov srednjih šol glede predmeta podjetništvo in drugih poslovnih predmetov.

Raziskovalni model, kot je predstavljen na Sliki 1, je nastal po pregledu obsežne raziskovalne in strokovne literature o dejavnikih, ki vplivajo na podjetniški namen. Ker se v naši raziskavi ukvarjamo s srednješolsko populacijo, pri kateri podjetniški namen še ne more biti tako jasno izražen, smo kot glavno odvisno spremenljivko opredelili podjetniško željo. Nanjo prek oblikovanja odnosa do podjetništva vplivajo osebni dejavniki in predvsem različni dejavniki okolja, med katerimi smo posebno pozornost namenili šoli in izobraževalnim programom. V raziskavi smo zajeli samo polnoletne dijake, kar je bilo po eni strani oportuno z vidika omejitev varovanja

osebnih podatkov, po drugi strani pa smo s tem upoštevali usmeritve, da v tej starosti anketirane že lahko štejemo med odrasle oziroma odrasčajočo mladino (Henderson in Robertson, 2000).

CILJI RAZISKAVE

Z raziskavo spremljamo odnos do podjetnosti in inovativnosti v delu ključne generacije za naš prihodnji razvoj. Pridobiti želimo smernice za razvoj, dopolnitve ter spremembe podjetniških in poslovnih izobraževalnih vsebin v srednješolskem izobraževalnem sistemu. Posamezni raziskovalni cilji raziskave so:

- preveriti obstoj zavedanja o pomenu inovativnosti za osebni in poklicni razvoj ter konkurenčnost gospodarstva v kontekstu trajnostnega razvoja (Johnson in Loveman, 1997);
- raziskati razumevanje pomena inovativnosti in podjetnosti za izboljšanje kakovosti življenja in blaginje posameznikov in posameznikov (Matlay in Mitra, 2002);
- ugotoviti, katere oblike poučevanja v srednjih šolah so najbolj učinkovite z vidika razvoja podjetnosti in inovativnosti posameznika (Lee in sodelavci, 2002);

- prepoznati vpliv različnih dejavnikov okolja (mediji, družbene mreže, šola, vrstniki, družina itd.) (Mazzarol in sodelavci, 1997).

TEORETIČNA IZHODIŠČA

Naraščajoči pomen podjetništva je predvsem posledica vse večje negotovosti in kompleksnosti poslovnega okolja, ko je še bolj izražena potreba po podjetniških odzivih. Na te procese vplivajo predvsem družbene spremembe, globalni pritiski, nastajajoče nove oblike organizacije in spremenjen položaj posameznika v družbi (Gibb in Cotton, 1998).

POMEN PODJETNIŠTVA ZA GOSPODARSKI IN DRUŽBENI RAZVOJ

Vloga podjetništva in podjetnikov je danes priznana v skoraj vseh gospodarstvih ne glede na razvitost in politični sistem. Pojma postajata del ekonomske politike, poslovne znanosti in širše javne razprave. Podjetništvo razumemo predvsem kot ustvarjanje nove vrednosti, ki je posledica načrtovanih dejavnosti posameznika (podjetnika) ali podjetniškega tima, ki gredo od prepoznavanja tržne priložnosti prek organiziranja in vključevanja potrebnih sredstev do realizacije poslovne priložnosti (Bygrave, 1994). V obdobju od leta 1969 do 1976 so v ZDA kar 81 odstotkov novih zaposlitev ustvarila majhna podjetja s sto ali manj zaposlenimi. S tem je bila postavljena pod vprašaj glavna vloga, ki so jo

v ameriškem in tudi drugih gospodarstvih skoraj 100 let imela velika podjetja. Ker je ustvarjanje novih zaposlitev oziroma povečevanje zaposlenosti eden najbolj značilnih kazalnikov gospodarske rasti, je Birch predlagal, da bi bilo gospodarsko rast bolje pripisati majhnim podjetjem (Birch, 1987).

Žal še vedno pogrešamo teoretični koncept, ki bi povezoval oba vidika, makroekonomski pomen in mikroekonomski vpliv podjetništva oziroma malih in srednjih podjetij. Wenckers in sodelavci (2002) trdijo, da ni enoznačnih razlogov za večjo ali manjšo podjetniško dinamiko v nekem okolju. Tehnološki, ekonomski, demografski, kulturni in institucionalni pogoji imajo za posledico večjo ali manjšo podjetniško aktivnost, ki ima posreden vpliv na premoženje posameznikov, dobičkonosnost podjetij in gospodarsko rast. Ekonomska uspešnost vpliva tako na stopnjo podjetniške aktivnosti kot na agregatne pogoje za poslovanje podjetij.

Čeprav ima podjetništvo svoje mesto predvsem v ekonomski znanosti, opredelitev vseh dimenzij podjetništva ni mogoča, ne da bi se oprli tudi na druge znanstvene discipline, ki pomagajo pojasnjevati podjetništvo in podjetniški proces: psihologijo, sociologijo, antropologijo, teorijo organizacije in druge vede. Podjetništvo je umetnost, filozofija in celo ideologija sodobnega poslovnega sveta (Timmons, 1999). Čeprav podjetništvo med odraščajočo mladino, ki je predmet raziskave, tradicionalno

Podjetništvo je ustvarjanje nove vrednosti.

Izobraževanje in podjetništvo je smiselno povezal Jamieson (1984), ki pravi, da je treba ločiti tri elemente: (1) izobraževanje o podjetništvu, (2) izobraževanje za podjetništvo in (3) izobraževanje v podjetništvu. Ko govorimo o izobraževanju o podjetništvu, imamo v mislih predvsem oblikovanje zavedanja in spodbujanje različnih podjetništvu naklonjenih veščin, stališč in vrednot. Izobraževanje za podjetništvo vključuje predvsem pripravo bodočih podjetnikov na ustanovitev in vodenje svojega podjetja, kamor sodita predvsem učenje veščin in priprava poslovnega načrta. Izobraževanje v podjetništvu povezujemo predvsem z usposabljanjem menedžmenta z znanji, ki so potrebna za rast podjetja. Podjetništvo je kot tako samo po sebi tudi sistem vseživljenjskega učenja (Henry in sodelavci, 2005).

Podjetništvo ponuja možnosti razvoja kariere posameznika.

akademsko bolj vidimo kot izhod iz revščine oziroma način popravljanja ekonomskega položaja, se v zadnjem času podjetništvo vse bolj kaže kot možnost razvoja kariere posameznikov, ki so bolj ambiciozni glede možnosti avtonomnega dela in zaslužkov. Farlie (2005) je namreč v obširni študiji med odraščajočimi mladostniki pokazal, da so zaslužki samozaposlenih bistveno višji od tistih, ki delajo kot najeta delovna sila.

IZOBRAŽEVANJE ZA PODJETNIŠTVO

Obstajata dva modela podjetniškega izobraževanja (Kent, 1990): (1) tradicionalni, ki poleg menedžerskih vsebuje tudi podjetniške predmete, in (2) integralni koncept podjetniškega izobraževanja, ki temelji na podjetniškem načinu podajanja znanja, poudarjanju podjetniške filozofije in razvijanju podjetniških sposobnosti posameznika. Z naložbami v izobraževanje in druge razvojne dejavnike lahko razložimo večji

Na razvoj odnosa do podjetništva lahko vplivamo z ustreznimi izobraževalnimi programi.

del razlik v gospodarski razvitosti med državami (Gorjan, 1997). Schumpeter je vzpostavil povezavo med podjetništvom in inovativnostjo, saj pravi, da podjetnik uporablja inovacije, ustvarjalno ruši ekonomsko ravnotežje, tako da uvaja nove produkte in storitve in vzpostavlja nova ravnotežja (Lahti, 1989).

Za razvoj podjetnosti in inovativnosti posameznika je posebno pomembno obdobje adolescence, kar sovпада s časom obiskovanja srednje šole (Lee in sodelavci, 2006; Henry in sodelavci, 2005). Na razvoj odnosa do podjetništva in razvoj podjetniških lastnosti je mogoče vplivati z ustreznimi oblikovanimi programi usposabljanja in izobraževanja (Fiet, 1997). Velika dilema, katera je najustreznejša kombinacija različnih tem, ki optimalno zadovoljuje interese posamezni-

ka, ki se izobražuje, in hkrati zagotavlja pravo podlago podjetništvu, ostaja nerazrešena celo v ZDA, kjer je tradicija podjetniškega izobraževanja najdaljša (Solomon in sodelavci, 2002).

PODJETNIŠKO IZOBRAŽEVANJE V SLOVENIJI

Prvi seminarji za pospeševanje različnih oblik podjetništva so se pojavili v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja. Med ponudniki tega usposabljanja in izobraževanja so bila podjetja, ki so znanja pridobivala iz lastnih izkušenj in so prihajala iz tistih držav, ki imajo na tem področju daljšo tradicijo. Postopoma so se razvile različne oblike v okviru šolskega sistema in kot dodatna ponudba na izobraževalnem trgu. Podjetnost in inovativnost se v formalnem izobraževalnem sistemu spodbujata na različne načine v osnovnih šolah, srednjih šolah in visokošolskih programih. Pogoji za poučevanje podjetništva so na poklicnih in srednjih šolah bistveno boljši kot v osnovnih šolah, saj jih lažje povezujejo s strokovnimi vsebinami. Glas (2003) ugotavlja, da splošna naravnost na srednješolski ravni sicer ni naklonjena poslovnim vsebinam in ne ustreza potrebam podjetniškega razvoja. Predmeti, kot so podjetništvo in gospodarsko poslovanje, so predvsem del programov ekonomske smeri. Na nekaterih šolah v razredu pridobljena teoretična znanja nadgrajujejo še v »učnih podjetjih«, kjer se učenci preizkušajo v tržnem poslovanju majhnega obsega (Vidic, 2005). Žal je večina ovir povezana s pomanjkljivim financiranjem (Vadnjal, 2005).

RAZISKOVALNE METODE

Spomladi 2008 smo začeli preliminarno kvalitativno raziskovanje. Izvedli smo več deset intervjujev in pet skupinskih diskusij z dijaki različnih šol, ki so pokazali veliko raznolikost v pogledih na obravnavano problematiko. Očiten je bil vpliv šolske usmeritve in aktualnih medijskih vsebin, ki podjetništvo pogosto povezu-

jejo z značilnimi pojavi gospodarske tranzicije. Mladi so izkazali veliko zanimanje za pogovor o vprašanih podjetnosti in tudi pripravljenost za sodelovanje v raziskovanju.

ZBIRANJE PODATKOV

Glavni raziskovalni inštrument je bila anketa z lestvicami stališč, ocenami svojih lastnosti, lastnih interesov in drugih dejavnikov, ki vplivajo na podjetništvo, in sociodemografska vprašanja. Vprašalnik je bil razvit na podlagi nekaterih primerljivih raziskav ter z analizo osebnih intervjujev in diskusij z dijaki. Prva različica vprašalnika je bila testirana v zaključnih letnikih petih srednjih šol v septembru 2008. Na podlagi testiranja je bila iz vprašalnika izločena lestvica vrednot, ki je zahtevala skoraj polovico časa za izpolnjevanje. Izločili smo tudi vse besede, ki jih dijaki niso razumeli, in trditve, kjer se niso pokazale nobene razlike med anketiranimi dijaki oziroma dijakinjami.

Zbiranje podatkov je potekalo v novembru in decembru 2008 v 150 razredih na 55 srednjih šolah. Anketiranje je potekalo med poukom v začetku ure ob navzočnosti raziskovalca, učitelja ali svetovalnega delavca na šoli. Sodelovanje izvajalcev anketiranja in anketirancev

je bilo zelo dobro in več kot 90 odstotkov anket je bilo izpolnjenih v celoti. Na skoraj 200 vprašanj oziroma trditev glavnega vprašalnika je večina odgovorila v 20 minutah.

VZOREC

Skupno je bilo v vzorec zajetih 3.149 odraslih dijakov oziroma dijakinj, od tega 60,5 odstotka deklet in 39,5 odstotka fantov. Leta 1990 je bilo rojenih 64,3 odstotka dijakov, 10,6 odstotka leta 1991, preostali so letnik 1989 ali starejši. Število in delež anketirancev glede na smer izobraževanja prikazuje Preglednica 1.

PREGLED REZULTATOV

Z vidika enega od ciljev naše raziskave je razlikovanje med usmeritvijo šole oziroma tipom šole ključna neodvisna spremenljivka. Predvsem gre za obseg izobraževalnih vsebin ekonomskega področja, ki jih ima posamezna šolska usmeritev. Največ teh predmetov imajo dijaki na smeri ekonomski tehnik. Predmet Podjetništvo imajo še dijaki na ekonomskih gimnazijah. Dijaki preostalih srednjih šol nimajo predmetov, ki bi bili povezani s podjetništvom ali poslovanjem podjetij.

Preglednica 1: Število anketirancev glede na usmeritev oziroma tip šole

Šola/usmeritev	Število anketirancev	Delež (%)
Ekonomski tehnik (turistični, gostinski, aranžerski)	1182	37,5
PTI ekonomski tehnik (program 3+2)	426	13,5
Administrator, trgovec (3-letno izobraževanje)	69	2,2
Ekonomska gimnazija	397	12,6
Splošna in klasična gimnazija	595	18,9
Tehniška gimnazija	119	3,8
Tehniška srednja šola (strojna, elektro, računalniška, rudarska, gradbena)	231	7,3
Druge šole/usmeritve (zdravstvena, pedagoška itd.)	130	4,1
Skupaj	3149	100,0

Preglednica 2: Struktura anketirancev

Šolska usmeritev		Ekonomski tehniki	PTT ekonomski tehniki	Administra- tivna in trgovska	Ekonomska gimnazija	Splošna gimnazija	Tehniška gimnazija	Tehnik (strojni, elektro ...)	Zdravstvena in pedagoška
Spol									
1.	moški	31,9	11,2	2,2	9,9	17,9	6,8	18,0	2,1
2.	ženski	41,4	15,0	2,2	14,3	20,0	1,6	0,2	5,3
Skupaj		37,6	13,6	2,2	12,6	19,1	3,6	7,2	4,1
Status v družini									
1.	sem edinec	37,6	11,6	1,2	14,7	21,9	3,1	6,0	3,9
2.	sem najstarejši otrok	35,8	12,6	1,8	11,3	22,8	4,8	7,1	3,8
3.	sem najmlajši otrok	38,4	14,4	1,7	13,3	16,5	3,1	7,9	4,7
4.	imam starejšega in mlajšega brata/sestro	38,8	14,6	4,2	13,1	14,6	4,0	6,5	4,2
5.	drugo	41,6	14,2	3,5	10,6	19,5	2,7	7,1	0,9
Skupaj		37,6	13,5	2,1	12,7	19,1	3,8	7,2	4,1
Stanovanje v času šolanja									
1.	pri starših v bloku	40,3	17,1	2,6	11,7	17,4	2,1	5,1	3,8
2.	pri starših v samostojni hiši	36,9	11,7	1,7	13,4	20,6	4,6	7,1	4,0
3.	v dijaškem domu	35,2	15,4	3,3	5,5	9,9	1,1	22,0	7,7
4.	pri sorodnikih	37,5	12,5	0,0	6,3	18,8	0,0	18,8	6,3
5.	drugo	34,9	24,1	8,4	9,6	13,3	2,4	6,0	1,2
Skupaj		37,6	13,4	2,1	12,6	19,3	3,8	7,1	4,0

Vir: Vadnjal in sodelavci, 2009.

SOCIODEMOGRAFSKA PRIMERJAVA ŠOLSKIH USMERITEV

V zbirnem pregledu rezultatov glede na usmeritev šole (Preglednica 2) je prikazana sociodemografska struktura dijakov posameznih tipov šol glede na spol, starost, položaj v družini in mesto bivanja dijaka ter glede na izobrazbo in poklic staršev. Kot je razvidno, dobra polovica dijakov (51,2 odstotka) obiskuje smer ekonomski tehnik in PTT ekonomski tehnik. Dijaki so razdeljeni še glede na svoj status v družini in kraj bivanja v času šolanja.

Največ maturantov si želi postati direktor ali podjetnik.

AS 1/2010

ŠTUDIJSKI NAMENI IN POKLICNE ŽELJE

Prva ugotovitev je, da večina odraslih dijakov namerava študirati. Skoraj 60 odstotkov jih je odgovorilo pritrdilno in naslednjih 25 odstotkov, da se bodo zelo verjetno lotili študija. Največ maturantov si želi postati direktor (63 odstotkov), že na drugem mestu se pojavi podjetnik (61 odstotkov). Tretji najbolj zaželeni poklic je odvetnik (39 odstotkov), na četrtem mestu je državni uradnik (28 odstotkov). Sledijo inženir, novinar, komercialist, znanstvenik, umetnik, učitelj, vojak oziroma policist, arhitekt, obrtnik, tajnica, računovodja, zdravnik. Najmanj zaželena poklica sta politik (17,5 odstotka) in kmet (6,5 odstotka).

ODNOS DO PODJETNIŠTVA

Želja postati podjetnik je močnejša pri dijakih tehniških šol, pri ekonomskih tehnikih in ekonomskih gimnazijah kot pri dijakih splošnih in tehniških gimnazij ter na pedagoških in zdravstvenih šolah. Delno lahko to pripišemo izobraževalnim vsebinam, saj se ekonomski tehniki in ekonomski gimnazijci učijo vrste poslovnih predmetov in podjetništva. Res pa je, da je največji delež tistih, ki si želijo postati podjetniki, med dijaki elektro, strojnih, gradbenih in drugih tehniških srednjih šol, čeprav nimajo nobenega predmeta o podjetništvu ali poslovanju. Na teh šolah je večina

dijakov fantov in spol se kaže kot zelo pomemben dejavnik odnosa do podjetništva. Pri fantih je namreč delež tistih, ki si želijo postati podjetniki, 57,8 odstotka in pri dekletih 43,4 odstotka. Delež tistih, ki si zelo želijo postati podjetnik, je pri fantih kar dvakrat večji kot pri dekletih.

V Preglednici 3 prikazujemo odnos dijakov do posameznih stališč, ki so v povezavi s podjetništvom. Na petstopenjski Likertovi lestvici so ta stališča ocenjevali z oceno 1 (nikakor se ne strinjam) do 5 (popolnoma se strinjam). Zanimivo je, da je najvišje vrednoten čas, ki bi ga radi preživeli z družino in prijatelji, sledijo pa bolj na podjetništvo vezane vrednote (zaslužek, uspeh itd.)

Preglednica 3: Primerjava odnosa do podjetništva: ekonomski tehnik in ekonomska gimnazija

Trditev	Ocena
Vedno hočem imeti dovolj časa za družino in prijatelje.	4,55
Rad izkoristim priložnost za zaslužek.	4,26
Poklic podjetnika je vreden spoštovanja.	3,91
Moji starši bi bili ponosni name, če bi ustanovil svoje podjetje.	3,75
Vsak človek je lahko uspešen, če hoče.	3,68
Pogosto razmišljam o novih idejah, s katerimi bi se dalo zaslužiti.	3,58
Podjetniki se ženejo samo za denar.	3,15
Z nekaterimi učitelji smo se že pogovarjali o podjetništvu.	4,15
Šolsko znanje bolj malo koristi pri uspehu.	2,95
Podjetniki v šoli niso bili posebno uspešni.	2,65
Uspešen podjetnik je tisti, ki si lahko privoščiti razkošje.	2,73
S prijatelji smo se že pogovarjali o tem, kako bi ustanovili podjetje.	2,97
Materialne dobrine dajejo življenju smisel.	2,50
Bogastva ni mogoče pridobiti na pošten način.	2,35
Kdor enkrat propade, je slab podjetnik.	1,91

Vir: Vadjal in sodelavci, 2009

Preglednica 4: Dejavniki podjetništva: ekonomski tehnik in ekonomska gimnazija

Trditev	Ocena
poslovna znanja	4,29
znanje jezikov	4,17
tehnična znanja	3,87
sreča	3,86
razumevanje partnerja	3,81
spodbuda prijateljev	3,59
izkušnje staršev	3,34
družinsko bogastvo	3,10

Vir: Vadjal in sodelavci, 2009

Preglednica 5: Deleži odgovorov na vprašanje »Ali si želite postati podjetnik?«

Šola/usmeritev	1 (sploh ne želim)	2 (ne želim)	3 (neodločen)	4 (želim)	5 (zelo si želim)	9 (ne razmišljam o tem)
Število	185	280	742	1.098	391	357
Delež (v %)	6,0	9,2	24,3	36,0	12,8	11,7

Vir: Vadnjal in sodelavci, 2009.

ANALIZA ŽELJE »POSTATI PODJETNIK«

Kot glavno odvisno spremenljivko obravnavamo vprašanje »Ali si želite postati podjetnik?«, na katerega so dijaki in dijakinje odgovarjali s pomočjo petstopenjske lestvice od 1 (sploh ne želim) do 5 (zelo si želim). Možen je bil tudi odgovor »ne razmišljam o tem«. V Preglednici 5 je prikazana struktura odgovorov za 3.051 dijakov. S faktorsko analizo odgovorov na vprašanje o odnosu do podjetništva smo izračunali faktorske vrednosti za vsako skupino anketirancev in jih

medsebojno primerjali z metodo »cluster« analize oziroma razvrščanjem v skupine. Na tej podlagi smo se odločili za združitev skupin oziroma anketirancev, ki so obkrožili vrednosti 1 in 2, 3 in 9 ter 4 in 5. Tako smo dobili tri velike skupine glede na željo postati podjetnik, ki smo jih poimenovali s črkami X, Z in Y:

- skupina »NE«: 15,2 odstotka (»sploh ne želim« oziroma »ne želim«),
- skupina »0«: 36,0 odstotka (»neodločen« ali »sploh ne razmišljam o tem«),

- skupina »DA«: 48,8 odstotka (»želim« ali »zelo želim«).

Relativni vpliv različnih dejavnikov na podjetniško željo bomo še podrobno analizirali. Prvi rezultati kažejo, da je poleg spola med vplivnejšimi dejavniki podjetniška izkušnja v družini ali bližnjem okolju dijaka. V celotnem vzorcu je 35 odstotkov dijakov potrdilo, da je nekdo izmed njihovih bližnjih imel podjetniško izkušnjo. V tej skupini je delež tistih, ki si zelo želijo postati podjetnik, 19,2 odstotka, pri preostalih anketiranih pa samo 9,4 odstotka. Kot kažejo statistični kazalci, na odnos do podjetništva pri dijakih ne vplivata stopnja izobrazbe staršev in drugi sociodemografski dejavniki.

Med dijaki, ki si želijo postati podjetniki, in preostalimi je še veliko pomembnih ali vsaj zanimivih razlik. Tako prve bolj zanimajo telesna vzgoja, gospodarsko poslovanje, informatika in tehnična vzgoja. Drugim se zdijo bolj zanimivi predmeti psihologija, biologija, umetnostna vzgoja in slovenščina. Tisti, ki si želijo postati podjetniki, izražajo nekoliko večji interes za film, popularno glasbo, šport, modo, računalništvo, znanost, tehniko in politiko in manjšega za umetnost. Interes za varovanje okolja ni povezan z željo po podjetništvu in je

Na željo postati podjetnik vplivajo spol, mediji in če ima kdo iz družine že izkušnje s tega področja.

Vrstni red pomembnosti dejavnikov, ki vplivajo na izbor poklica, je bil v splošnem naslednji: zanimivo delo, dobri odnosi s sodelavci, možnost napredovanja, visoka plača, uresničitev lastnih idej, varnost zaposlitve, jasno določene naloge, samostojnost, svoboden delovni čas in ugled v družbi. Čeprav so dijaki, ki si želijo postati podjetniki, vse dejavnike v poprečju ocenili višje, po statistični pomembnosti razlik izstopata visoka plača in ugled v družbi. Ta ugotovitev se sklada s precej nižjo stopnjo nestrinjanja s trditvijo »Materialne dobrine dajejo življenju smisel« pri podjetništvu željnih dijakih (Preglednica 3). Materializem se tako tudi v naši raziskavi kaže kot pomemben dejavnik pri odločanju za podjetništvo.

v povprečju enako velik kot interes za znanost. Tisti, ki si želijo postati podjetniki, se še bistveno bolj strinjajo s trditvijo (Preglednica 3), da »... je vsak človek lahko uspešen podjetnik, če to hoče«. S to trditvijo se sicer najbolj strinjajo dijaki na smeri ekonomski tehnik, ki imajo v vsem vzorcu največ poslovnih predmetov in se tudi edini praktično srečajo z vodenjem podjetja. Prav ta skupina dijakov tudi v največjem deležu meni, da ima lastnosti, ki so potrebne za podjetnika. Pri tem so jim zelo podobni še ekonomski gimnazijci in dijakih tehniških šol, bistveno nižjo oceno sposobnosti za podjetništvo so si dali dijaki preostalih šol. Ta razlika je večja kot razlika v želji postati podjetnik, zato lahko sklepamo, da ima podjetništvo v izobraževalnem procesu pomembno spodbujevalno vlogo. Prav tako lahko iz rezultatov sklepamo, da dijaki, ki imajo poslovne predmete in podjetništvo, bolje poznajo to področje in se bolj zavedajo denimo pomena poslovnega in tehničnega znanja, razumevanja partnerja in spodbude prijateljev pri odločitvi za podjetništvo (Preglednica 4).

Na mnenje dijakov imajo velik vpliv mediji (televizija še vedno bolj kot internet), a je njihov vpliv primerljiv z vplivom vrstnikov in učiteljev. Daleč najpomembnejši je vpliv staršev, saj je tri četrtine dijakov odgovorilo, da imajo na njihovo mnenje starši precejšen ali zelo močan vpliv. Zato ne preseneča, da je trditev »Moji starši bi bili ponosni name, če bi ustanovil podjetje« tista spremenljivka (Preglednica 3), ki od vseh najbolj razlikuje dijake, ki si želijo postati podjetniki, od tistih, ki ne izražajo te želje. Prav strinjanje s to trditvijo je večje pri dijakih na ekonomskih in tehniških šolah ter pri ekonomskih tehnikih kot pri dijakih splošnih in tehniških gimnazij ter pedagoških in zdravstvenih programov. Če bi želeli pospešiti razvoj pozitivnega odnosa do podjetništva med mladimi, bi morali o pozitivnih platih podjetništva govoriti s starši in učitelji. Skoraj polovica dijakov namreč meni, da imajo učitelji nanje precejšen vpliv in večjega kot športniki, zvezdniki in politiki.

ZAKLJUČEK

Prva zanimiva ugotovitev raziskave je, da večina dijakov zaključnih letnikov namerava nadaljevati šolanje. Po končanem šolanju si največ maturantov želi postati direktor, skoraj enak delež dijakov si želi postati podjetnik. Tretji najbolj zaželeni poklic je odvetnik. Pri vrstnem redu zaželenosti poklicev je treba upoštevati, da je v vzorcu nadpovprečno zastopana ekonomska smer in da so med šolskimi usmeritvami pomembne razlike.

Želja postati podjetnik je najmočnejša pri četrtošolcih na tehniških in ekonomskih šolah. Pomembno manjša je pri ekonomskih gimnazijcih, vendar bistveno večja kot pri dijakih splošnih in tehniških gimnazij ter na pedagoških in zdravstvenih šolah. Delno lahko to pripišemo izobraževalnim vsebinam, saj se ekonomski tehniki in ekonomski gimnazijci učijo vrste poslovnih predmetov in podjetništva. Pomembno dejstvo pa je, da je delež tistih, ki si želijo postati podjetniki, zelo velik med dijaki elektro, strojnih, gradbenih in drugih tehniških srednjih šol, čeprav nimajo nobenega predmeta o podjetništvu ali poslovanju. Vendar je na teh šolah večina dijakov fantov in spol se kaže kot zelo pomemben dejavnik odnosa do podjetništva. Pri fantih je delež tistih, ki si želijo postati podjetnik, 57,8 odstotka, pri dekletih 43,4 odstotka. Delež tistih, ki si zelo želijo postati podjetnik, je pri fantih kar dvakrat večji kot pri dekletih.

Poleg spola je med vplivnejšimi dejavniki podjetniška izkušnja v družini ali bližnjem okolju dijaka. V celotnem vzorcu je 35 odstotkov dijakov potrdilo, da je nekdo izmed njihovih bližnjih imel podjetniško izkušnjo. V tej skupini je delež tistih, ki si zelo želijo postati podjetnik, 19,2 odstotka, pri preostalih anketiranih pa samo 9,4 odstotka.

Tisti, ki si želijo postati podjetniki, se še bolj kot drugi strinjajo s trditvijo, da »... je vsak človek lahko uspešen podjetnik, če to hoče«. S to trditvijo se sicer najbolj strinjajo dijaki

na smeri ekonomski tehnik, ki imajo v vsem vzorcu največ poslovnih predmetov in se tudi edini praktično srečajo z vodenjem podjetja. Prav ta skupina dijakov tudi v največjem deležu meni, da imajo lastnosti, ki so potrebne za podjetnika. Pri tem so jim zelo podobni še ekonomski gimnazijci in dijakih tehniških šol, bistveni nižjo oceno sposobnosti za podjetništvo so si dali dijaki preostalih šol. Ta razlika je večja kot razlika v želji postati podjetnik, zato lahko sklepamo, da ima podjetništvo v izobraževalnem procesu pomembno spodbujevalno vlogo. Prav tako lahko sklepamo, da dijaki, ki imajo poslovne predmete, bolje poznajo to področje in se bolj zavedajo pomena poslovnega in tehničnega znanja, razumevanja partnerja in spodbude prijateljev pri odločitvi za podjetništvo.

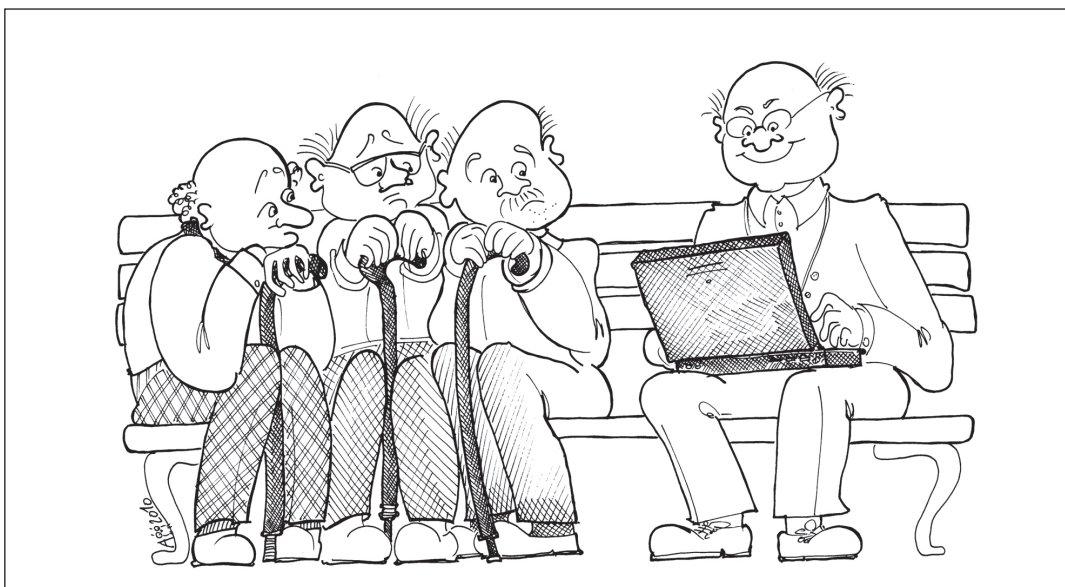
Na oblikovanje mnenja dijakov imajo zelo velik vpliv mediji (televizija bolj kot internet), vendar je njihov vpliv primerljiv z vplivom vrstnikov in učiteljev. Najpomembnejši je vpliv staršev, saj je kar tri četrtine dijakov odgovorilo, da imajo na njihovo mnenje starši velik vpliv. Zato ne preseneča, da je trditev »*Moji starši bi bili ponosni name, če bi ustanovil podjetje*« tista spremenljivka, ki od vseh najbolj razlikuje dijake, ki si želijo postati podjetniki, od tistih, ki ne izražajo te želje. Prav tako so stopnje strinjanja s to trditvijo bistveno višje pri dijakih na ekonomskih in tehniških šolah ter pri ekonomskih tehnikih kot pri dijakih splošnih in tehniških gimnazij ter pedagoških in zdravstvenih programov. Če bi želeli

pospešiti razvoj pozitivnega odnosa do podjetništva med mladimi, bi torej o pozitivnih platih podjetništva morali govoriti tudi s starši in predvsem z učitelji. Skoraj polovica dijakov namreč meni, da imajo učitelji nanje precejšen ali zelo močan vpliv oziroma večjega kot športniki, zvezdniki in politiki.

Ocenjujemo, da ima z vidika razvoja Slovenije naša raziskava več pomenov. Če predpostavimo, da smo v raziskavi zajeli značilen del populacije, ki bo čez približno desetletje že pomembno vplivala na trajnostni razvoj naše države, potem nas lahko rezultati navdajajo z optimizmom. Ugotovitev, da si razmeroma velik del dijaške populacije želi vstopiti v podjetništvo ali vsaj razmišlja o podjetniški karieri, lahko razložimo tudi tako, da smo končno vstopili v obdobje družbenega razvoja, kjer delovanje posameznika temelji na njegovem zavedanju o odgovornosti zase in posledično tudi za družbo. Ugotovimo lahko, da prihaja nov rod podjetnih ljudi, ki morda ne bodo podjetniki v najbolj prvinskem pomenu te besede, ampak bodo to bolj samoiniciativni ljudje, ki bodo sposobni in pripravljeni prevzemati odgovorne in razvojno naravnane naloge v gospodarstvu in drugih dejavnostih.

Uporabnost študije z vidika pospeševanja celostnega in regionalnega razvoja vidimo predvsem v sporočilu šolstvu in pri pripravi programov spodbujanja in promocije podjetništva. Če govorimo o srednjem šolstvu, je zagotovo primeren poziv, da se v prihodnosti v učne načrte vključi več podjetniških in s podjetništvom

Podjetništvo je po mnenju mnogih znanstvenikov in strokovnjakov danes pomembnejše kot kadarkoli prej, saj se svet srečuje z velikimi spremembami, ki so bolj daljnosežne in bodo imele večje posledice kot globalizacija gospodarstva. Podjetništvo je velikanska sila, ki ima lahko velikanski vpliv na rast, ozdravitev in družbeni napredek, tako da zagotavlja inovacije, ustvarja nove zaposlitve ter zagotavlja socialno moč in vključenost ekonomsko zapostavljenim. Jasno je, da svet potrebuje bolj podjetniško usmerjene družbe, ki se bodo lahko spopadale s kompleksnejšimi, medsebojno prepletenimi in hitro spreminjajočimi se izzivi. Hkrati se povečuje tudi zavest, kako kritična je izobrazba novega vala voditeljev, inovatorjev podjetnikov, ki ne bodo samo ustvarjali nove zaposlitve, ampak spodbujali tudi druge, da bi sanjali o svetlejši prihodnosti.



povezanih vsebin. Te vsebine morajo preseči krog šol ekonomske usmeritve, saj bi bile, kakor je pokazala raziskava, še kako dobrodošle predvsem v tehniških šolah. Državne in zasebne inštitucije, ki se ukvarjajo s programi podpore in spodbujanja podjetništva, bi verjetno morale več pozornosti nameniti natančnejšemu usmerjanju svojih aktivnosti in dati več poudarka generacijam, ki jih je še možno usmeriti v podjetništvo, to pa je predvsem populacija, ki smo jo zajeli v raziskavi.

Mednarodna raziskava GEM (Rebernik in sodelavci, 2009) ugotavlja, da je celo v državah, kjer je splošno mnenje javnosti o podjetništvu zelo ugodno (npr. Velika Britanija), le nekaj odstotkov odrasle populacije, ki ima v bližnji prihodnosti namen ustanoviti lastno podjetje. Tudi drugi raziskovalci ugotavljajo, da je povezava med naklonjenostjo podjetništvu in dejansko namero ustanoviti svoje podjetje zelo šibka. Edino možnost vidijo v vzgoji za podjetništvo skozi celoten formalni in neformalni izobraževalni proces. Raziskava GEM govori tudi o dveh vrstah podjetništva, in sicer o podjetništvu iz nuje in podjetništvu iz priložnosti. Drugo brez drugega ne gre in vsak tip podjetništva je dobrodošel ob svojem času. Ko v obdobju gospodar-

ske konjunktore dosegamo polno zaposlenost, je treba razmišljati o razvoju za naprej, torej o vlaganjih v inovacije, splošni družbeni napredek, v katerem ima šolski sistem še vedno nenaдомestljivo vlogo. Po drugi strani je v obdobju recesije in gospodarske krize čas za reševanje in ustvarjanje novih zaposlitev. V takem obdobju veliki gospodarski sistemi ljudi odpuščajo in na nove zaposlitve ni računati, tako da se večina zaposlitev skriva prav v samozaposlovanju kot obliki podjetništva, na katero morajo biti odrasli pripravljeni. Stopnja pripravljenosti odraslega človeka, da bo stopil na podjetniško pot, pa je ključno odvisna predvsem od tega, kakšna sporočila o podjetništvu bo dobil odrasčajoči človek. Pri tem lahko izobraževalni sistem odigra ključno vlogo v dobrem ali slabem.

LITERATURA

- Birch, D. L. (1987). *Job Creation in America – How Our Smallest Companies Put the Most People to Work*. New York: The Free Press.
- Bygrave, W. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons.
- Cho, B. (1998). »Study of the effective entrepreneurship education method and its process«. *Business Education Research*, 2–1, Washington.

- Clark, B. W., Davis, C. H., in Harnish, V. C. (1984). »Do courses in entrepreneurship aid in new venture creation?« *Journal of Small Business Management*, 22–2.
- Fiet, J. O. (1997). *Education for entrepreneurial competency: A theory based activity approach*. Konferenca Internationalising entrepreneurship education and training IntEnt97. Neapelj.
- Fairlie, R. W. (2005). »Entrepreneurship and earnings of young adults from disadvantages families«. *Small Business Economics*, 25(3): 223–236.
- Gibb, A. A., in Cotton, J. (1998). *Work Futures and the role of Entrepreneurship and Enterprise in Schools and Further Education*. Osrednji govor na Creating the Leading Edge' Conference. London.
- Glas, M. (2003). *Ocena pogojev za podjetništvo v Sloveniji*. GEM Slovenija 2002. Maribor.
- Gorjan, N. (1997). *Javni izdatki za visoko izobraževanje in gospodarska razvitost*. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Henderson, R., in Robertson, M. (2000). »Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career«. *Career Development International*, 5(6): 279–287.
- Henry C., Hill, F., Leitch, C. (2005). »Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part 1«. *Education and training*, 47(2): 98–111.
- Hynes, B. (1996). »Entrepreneurship education and training – introducing entrepreneurship into non-business disciplines«. *Journal of European Industrial Training*, 20(8): 10–17.
- Jamieson, I. (1984). *Education for enterprise*. Cambridge: CRAC Ballinger.
- Johnson, S., Loveman, G. (1997). *Starting over in Eastern Europe: Entrepreneurship and economic renewal*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kent, C. A. (1990). *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. New York: Quorum Books.
- Lahti, A. (1989). »A Contingency Theory of Entrepreneurial Strategy for a Small Scale Company Operating from a Small and Open Economy in Open European Competition«. *Entrepreneurship & Regional development*, 1(2): 31–42.
- Lee, S., Chang, D., Lim, S., Li, W. (2002). *Entrepreneurship education and its pedagogical effect: A comparative study of the US, China, and Korea*. 2nd International entrepreneurship forum (IEF), Peking.
- Lee, S., Lim, S., Pathak, R. D., Chang, D., Li, W. (2006). »Influences on students attitudes toward entrepreneurship: a multy country study«. *Entrepreneurship Management*, 2006(2): 351–266.
- Matlay, H., Mitra, J. (2002). »Entrepreneurship and learning: The double act in the triple helix«. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(1): 7–16.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., Thein, V. (1999). »Factors influencing small business start-ups«. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2): 48–63.
- Rebernik, M., Tominc, P. in Pušnik, K. (2009). *Rast podjetniške aktivnosti v Sloveniji: GEM Slovenija 2008*. Maribor: Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
- Solomon, G. T., Duffy, T., Tarabishy, A. (2002). »The State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis«. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1): 1–22.
- Stevenson, H. H. (2000). *Why entrepreneurship has won?* Coleman White Paper, USASBE Plenary Adress.
- Timmons, J. A., Spinell, S. (2003). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw Hill Professional.
- Vadnjal, J. (2005). »Izobraževanje podjetnikov: razvojna naravnost podjetnikov in stopnja njihove izobraženosti«. *Andragoška spoznanja*, 11(1): 18–32.
- Vadnjal, J., Jelovac, D., Damjan, J. (2009). »Odnos srednješolcev do podjetništva«. V: Nared, J. (ur.), Perko, D. (ur.). *Razvojni izzivi Slovenije (Regionalni razvoj, 2)*. Ljubljana: Založba ZRC.
- Vidic, F. 2005: »Podjetniško izobraževanje: za večji zamah podjetniškega gibanja potrebujemo več izobraževanja«. *Andragoška spoznanja*, 2005, 11(3): 30–36.
- Weber, M. Parsons, T. (2003). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. Dover: Courier Dover Publications.
- Wennekers, S., Uhlaner, L. M., Thurik, R. (2002). »Entrepreneurship and its Conditions: A Macro Perspective«. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1): 1–10.
- Žnidaršič, J. (2003). *Razvijanje podjetnih lastnosti ljudi v izobraževalnem sistemu*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.